1◆タイトル:

★あなたの周りにもいるはず！意識高い系のすべて

意識高い系大解剖

意識高い系のすべて

意識低い系東大生が書いた　意識高い系のすべて

意識高い系がわかる本

意識高い系って？

意識高い系について語る時に僕の語ること

うざいあいつの頭の中

2◆サブタイトル:

その生活と人生

見つけた！意識高い系！　タイプ別に大解剖！！

隣のあいつの頭をのぞき見！

意識高い系小事典

3◆キャッチコピー:

これであなたも意識高い系（笑）

あなたの周りにも必ずいる？！

意識高い系をインプットし、相互にウィンウィンなパートナーシップを築こう！

てかそれ、コンセンサスとってる？

摩訶不思議、意識高い系ワールド！

すべての意識低い系に捧ぐ

みなさまのバリューにコミット！

あなたにも、こういうところありませんか？

意識高すぎワロタ

4◆企画概要:

　意識高い系って面白い！あなたの身の回りにもいるであろう「意識高い系」。第一章には**様々な種類の意識高い系の豊富な会話例**を、意識高い系用語の解説付きで収録。第二章～第四章では取材を通して**意識高い系の生活や人生を探り、面白おかしく解説**します。

5◆企画者プロフィール:

　2009 年に筑波大学付属駒場中学校に入学した私は、中学時代から鉄緑会という東大専門塾に行く同級生を見て、高校受験の勉強をしなくていいかわりに中学受験をしたのではなかったのか、そんなに先のことばかり考えて最後にはいったいどこへたどり着けるという

のか、と反感を覚えました。そう、思えばあれが、当時はまだなかった、**今でいうところの「意識高い系」との出会いだったのかもしれません**。

中 2 ごろからは意識の高い人々との決別を図り**意識低い系を自負し、同じく意識低い系の N 氏と親しくなりました**。受験生時代は意識高い系に負けるわけにはいかないという思いで勉強に励み、無事合格、2015 年に東京大学文科一類に入学しました。

入学後、私は**東大における「意識高い系」にうんざり**し、意識高い系の人たちは文系でプログラミングもしないのに MacBook Air を選びすぎではないか、などと思っていました。ところが、なんと、**意識低い系であったはずの N 氏が国際交流・起業系の意識高い系団体 BizJapan に吸い込まれてしまった**のです。

意識低い系として孤独な戦いを強いられた私は、ドローン研究会などよくわからない意識低い活動を始めます。しかし、学術系の取材をするサークル「見聞伝ゼミナール」に所属していたり、最近はプログラミングを勉強し始めて IT・起業系の意識高い系と接近したりしていることから、実は**自分も一介の意識高い系に過ぎないのではないか**と思い始めている部分もあります。ですが、**やはり自分は意識低い系東大生である**と声を大にして言いたいです。

6◆読者ターゲット

●メインターゲット：意識高い系が身近な大学生

●サブターゲット：高校生・20 代のビジネスマン

7◆企画のねらい:

東大という日本最難関の大学にはやはり意識高い系団体や意識高い系の人が多く、入学以降、他大学以上に**ユニークな意識高い系に触れる機会が多くなりました**。そんな折、意識高い系ビジネスコンテスト運営団体に所属するクラスメイトが、「団体の意識高い系用語が面倒くさい。なぜ”締め切り”をデッドという必要があるのか」と愚痴っているのを聞き、意識高い系特有の言葉や生活に興味を持ちました。さらにそのクラスメイトや国際交流団体に吸い込まれた友人の話を聞いているうちに、**意識高い系の人たちの、学生という身の丈や実際の中身に合わない、背伸びしたような言動を滑稽、面白いと思うようになりました**。そこで、**その面白さを多くの人と共有し笑い飛ばすことで、読者の意識高い系への反感を笑いに転換するとともに、意識高い系への理解を深められれば**と思い、本書を企画しました。

8◆企画の背景:

「意識高い系」は 2010 年代にネットを中心に急速に広まってきた概念です。以下の記事(http://diamond.jp/articles/-/71376)のように**意識高い系は面倒くさい、うざいと嫌われて**

いますが、最近は私のようにそれを面白いと感じる人も増えています。

例えば、今年は NHK の BS プレミアムで『その男、意識高い系』(http://www.nhk.or.jp/pyd/ishiki/)というドラマが放送されました。これは、会社員であるヒロインが意識高い系新入社員の意識の高さに振り回されるというストーリーで、**意識高い系をネタにしたもの**でした。

また、このドラマによせられた感想に、「何だこいつらイラッとくるわーと思ってた春子もジョー（※意識高い系新入社員）もゆとり戦隊も今はソレなりに気に入って応援したくなってる自分にビックリ。」というものがあるように、(http://tv.yahoo.co.jp/review/detail/231225/?rid=14296069473791.ffde.29322&o=1&s=5)**意識高い系はうざいけど気になる、うざいけど面白い存在になってきています。**

以上のように、意識高い系はただのネットスラングにとどまらず一般に普及してきており、**現在の流行を反映したテーマ**だと言えます。また、一時のネット上の流行として過ぎ去って行くのではなく、**現実の社会に今後も定着していくであろう存在**だと言えます。

※企画者注

9◆類書との差別化:

『「意識高い系」という病』常見陽平

人材コンサルタントである著者が、近年のリアルとネットにおける人間関係の変化を通して「**意識高い系」誕生の原因を探り、意識高い系の若者を批判した本**です。

＜差別化＞

豊富な会話例を盛り込むなど、**学術的なものではなくエンターテイメントに特化した本**にします。その際、東京大学の学生であることを活かし、実際の意識高い系団体・意識高い系の人物に取材を行うことで、**より実情に近い具体的な内容や若者から見た意識高い系について書くことができます**。また、単なる批判・全否定ではなく**面白さ、「うざいけど面白い」という部分を強調**し、ある種愛のあるものにしたいと思っています。

『女子高あるある』などあるある本

ある種類、カテゴリーのひとやものについての**あるあるをまとめた本**です。

＜差別化＞

第一章については**会話例や用語解説**であり、あるある本には見られない構成です。また、第二章～第四章についても、あるあるのように**細かいネタの連続ではなく、意識高い系の生活、価値観など全体的、包括的に意識高い系を見ていきます**。

また、あるあるネタとは違ってもともと**意識高い系自体が面白い言動をする**ので、「こういう意識高い系いるいる」というあるある的な笑いだけではなく、言動そのものに対す

る笑いを狙うことができます。

『おかんメール』
　「おかん」の、変換ミスや勘違いなどを含んだ面白いメールを紹介する本です。
＜差別化＞
　第一章の会話例と似ているところはありますが、明確にぼけてくる「おかん」と違って「意識高い系」ははっきりとぼけているわけではありません。その**にじみ出る「意識高い系っぽさ」が笑いをさそうという点が新たな笑いを生む**と思います。また、第二章以降で会話に限らず意識高い系の様々な側面を取り上げたいと思っています。

10◆企画者の要望:
・四六判
・200 頁程度
・「イラッとさせる意識高い系」イラストを豊富に盛り込みたい
・意識高い系が読むようなビジネス系自己啓発書のような白ベースの現代的デザイン
・ヒラギノなど意識高そうなフォント

11◆構成案:
第一章 意識高い系の会話 dialogue
・会話例→用語
　・起業系
　・国際交流系
　・IT 系
　・政治系
　・芸術系
第二章 意識高い系の生活 lifestyle　**…意識低い系との対比**
★一日のスケジュール(平日・休日・長期休み)
・食事
・衣服
・生活習慣
第三章 意識高い系の道具 tool
・SNS
・アプリ
・パソコン/スマホ/タブレット
・文房具
・新聞(英字)

第四章 意識高い系の活動 activity
＜プライベート活動＞
・バイト
・サークル
・呑み会
＜自分を成長させる意識の高い活動＞
・インターン
・留学
・セミナー
・ビジコン

○コラム
・海外の意識高い系
・本ランキング
・リスペクトパーソンランキング
・とりたい資格ランキング

12◆見本原稿:
以下、
　見本原稿　第一章　国際交流編・起業編・IT 編
　参考資料①　意識高い系団体（Bizjapan）メンバーへの取材内容
　参考資料②　意識高い系用語案
が続きます。

＜**MTG**にて＞

A「本日の**アジェンダ**は、団体の方針についてです。」

B「A君の**ファシり**、期待してるよ～。」

A「ありがとう。やっぱりまずは明確な**ヴィジョン**を持つことが**マスト**かな。」

B「そうね。」

C「そのためには**ミッション**をはっきりさせなきゃ。」

A「たしかに。僕たちのミッションは何？」

B「次世代の**グローバル**リーダーを育成すること、かな」

A「それ、いいね」

C「だったらヴィジョンは、『多くのグローバルリーダーたちのプラットフォームとして国際社会に**バリュー**をもたらすこと』、とか。」

A「すばらしい！それで決まりだ！」

＜意識高い系用語チェック！＞

MTG【えむてぃーじー】
ミーティング、会議。しばしば必修の授業より優先される。
（その割に内容は薄いことが多い）

ファシり
動詞「ファシる」の名詞形。ファシリテーション（→P.25）をする様や、その出来を示す。「はしり」ではない。

アジェンダ
テーマ、議題。新規企画のスタートアップ（→P.21）や、団体の方針の再考などが多い。

ヴィジョン
団体や活動の将来的な目標、夢。たいていの場合ふわっとしているので、あってないようなものである。

マスト
ある物事が必ず必要であること。本当に必要かどうか、もう一度よく考えてみよう。

ミッション
団体・活動が果たすべき役割。自分たちで考えているだけなのに、さも社会的責務であるかのように語られることがある。

グローバル
国際。意識高い系の大好きな言葉。

バリュー
①価値。意識高い系は、自分たちが社会に対してどのような価値を還元できるか考えがちである。
②価値観→（P.33）

＜**カフェ**にて＞

A「次の**ビジコン**どうする？」

B「ただのコンテストじゃつまらないよね。**イノベーティブ**じゃないと。」

A「やっぱり、コンテストという**アウトプット**を通じて、参加者になにを提供できるか。それが大事だと思う。」

B「それ**アグリー**。」

A「新規事業**スタートアップ**とか、**マーケティング**とか…」

B「うちの団体のマーケティング案とかどう？」

A「それ、いいんじゃない？」

B「実際にその案でメンバーを募集してみる、ってのもありだよね。」

A「たしかに。じゃあ僕らも何か案を考えてみようよ。」

B「よし、**ブレスト**しよう。」

＜意識高い系用語チェック！＞

カフェ
MTG（P.11）や打ち合わせに使う。Wi-Fi完備はマスト（P.11）。

ビジコン
ビジネスコンテスト。ビジネスのアイデアを考案、発表するコンテスト。優秀なものには賞金や事業化に向けた援助があったりする。派生形として、政策立案コンテストなどがある。

イノベーティブ
革新的であること。ベンチャー企業、起業関係の意識高い系の間で多用される。抽象的で便利な言葉だ。

アウトプット
出力。アイデアなどを外部に向けて表現すること。

アグリー
同意。相手の意見に賛同するときに使う。意識高い系用語の中でも特にルー大柴っぽい。

スタートアップ（企業）
イノベーティブ（P.21）なビジネスモデル（P.25）を開発し、急速な展開を狙う起業形態。学生起業に多く、ある程度拡大すると大企業に事業を売却することも多い。

マーケティング
商品やサービスを効率的にユーザーに届けるための活動全般。市場調査、販促、販売の流れ全体を指す。

ブレスト
ブレインストーミング。議論において、アイデアを出す方法の一つ。質より量、批判しないなどのルールがある。うまくいくときはうまくいくが、何も出ないときは何も出ない。

＜飲み会にて＞

A「最近、知り合いで**ベンチャー**流行ってるんだよね」

B「そうなんですか」

A「〇〇ってサービス知ってる？**キュレーション**アプリなんだけど。」

B「聞いたことありますよ。**バズ**ってますよね。」

A「あれは**マネタイズ**がうまくいってるから、長続きしそうだね。**プラットフォーム**になってくんじゃないかな。」

B「ああいう**プロダクト**を生み出すには、どうすればいいんですかね？」

A「まあ第一は**ニーズ**だよね。本当にニーズがあるか、慎重に検討するのが重要。」

B「なるほど。」

A「そのためにもある程度プログラミングは身につけて、自分でアイデアを形にして試してみれるほうがいいよ。**ハッカソン**とか出てみるといいんじゃない？」

B「それ、いいですね１」

＜意識高い系用語チェック！＞

ベンチャー
若手社長のもと、イノベーティブ（P.21）なプロダクト（P.35）を軸に、クリエーティブな経営を行う中小企業。ＩＴ系はオフィスがやたらおしゃれなところが多い。

キュレーション
ネット上の情報を収集・整理して発信すること、またそのメディア。

バズる
SNSや口コミなどで多くの人々が話題にするほど広まり、流行すること。〇万リツイートなど。バズれば一攫千金が狙える。

マネタイズ
サービスにおいて収入を得る仕組み、また、その仕組みを作ること。結局ビジネスなので、お金になるかがすべて。サービスの使用料という形以外にも、広告、手数料など様々な方法がある。

プラットフォーム
ユーザーがコンテンツをそこに投稿することで、価値が生じるような場、仕組み。それ自体はただの枠組みに過ぎない。

プロダクト
製品やサービスといった商品。ＩＴ系ではソフトやアプリケーションを指す。学生団体の企画までプロダクトというと違和感がある。

ニーズ
需要。ニーズがないとビジネススケールが大きくならない。「ニーズ」は多用されるが、「サプライ（供給）」はあまり使われない。

ハッカソン
初心者が集まって様々な役割に分かれ、短期間でソフトウェア開発をするイベント。ＩＴ意識高い系の登竜門。

＜参考資料①＞意識高い系団体（Bizjapan）メンバーへの取材内容

第1章　意識高い系の会話 dialogue

自分語り/プラン（パッション、夢）語り

意識高い系では自分のバックグラウンドを語ることがしばしば求められる。そのバックグラウンドはある大方共通した特徴を備えている。まず、「挫折」や「困難」が存在すること。そして、その「挫折」や「困難」を自分なりに解釈し、“乗り越えた”というプロセスを意識高い系は重んじる。そして、この他人が何かを乗り越えた経験を聞くことで“ためになる”らしい。

ちなみに、この自分語りまじめにやらないとめちゃめちゃ怒られる。どうやら、意識高い系団体のチームの皆さんは“自分語り”を通じて相手を理解し、尊重する（あいつも頑張ってきたんだという理解を抱く）ことで、“チームビルディング”なるものが達成されると考えているようだ。いいチームじゃないと、いいプロダクト（結果）はできないらしい。チームの崩壊よりは調和、連携を重んじることも特徴。

MTG での会話

MTG は会議、報告会のような場である。新しい企画をするときや、自分たちの団体について再考するとき、会話が一番特徴的。自分たちの団体について考えるときによく出るコメントの例を出す。

「僕たちのミッションはなに？」

「これを通じて、僕らはなにを達成できるんだろう？（どう成長できるんだろう）」

「どのようなインパクトを社会に与えることができるのか？」

「よし、ブレストしよう。」

「それ、いいね」←相手の意見、コメントについてはポジティブな発言しかしてはいけない。ポジティブにだけ考えるという謎ルールがよくある。

意識高い会話 2 種類

いわゆる意識高い系として認識されるようなカタカナ語を使いこなす会話と、“熱い会話”。熱い会話は、「泣いた」とか「涙」「汗」「情熱」みたいなキーワードで語られる。あと、「友情」「つながり」とか。「熱い仲間」「志は違うけど熱い連中」とかともいう。Facebook の投稿とかコメントがめちゃめちゃ長くなる。「尊敬」「このメンバー最高」とかも。

第2章　意識高い系の生活 lifestyle

タスク管理が大変。深夜の作業が多い。朝起床は遅い、基本的に午前中、大学がある間は大学生活。１９時からミーティングがある、渋谷の Wifi が使えるとこ。値段は高いが、スタバではない。ミーティングはまずおしゃべりから始まり、その後仕事に移る。

食事

Wifi の使えるカフェにあるパスタ。ワッフルなどの女子力高い食事は女子ミーティングとかで食べているとの噂。ビジネスの人に会うときは、その人と一緒に食べに行ったりおごってもらったりする。

衣服

カジュアルジャケット最強説がある。T シャツにジーパンみたいな格好をしていたらジョブズリスペクトかな？プログラマかな？と思われる。ジョブズを尊敬する意識高い系でもジョブズと同じ格好はしていない。結構みんないい格好、おしゃれな格好する。渉外とかで外に出たり、大人に会ったりが多いので、安い格好をしていると舐められるかもしれない。

日常的には団体によって雰囲気が違う。Biz（国際交流・起業系団体）はださいけど、ちょくちょくかっこつけた人がいる。TNK（企業系団体）は少ししゃれたチャラいイメージ。H-cap（国際交流系団体）はいかにも東大生なイメージ。

生活習慣

Bizjapan は内外に社畜 Japan ともよばれ、深夜の仕事が多い。飲み会終わりの仕事があるときなんて泣きたい。しかし飲み会は外せない。（←いちおうこれは成人の発言）

授業や成績に関しては、いいか悪いかははっきり分かれる。まじめで留学とかを考えると成績いい。しかし、その一方で大学の勉強など役に立たないことにそこまで時間をかけなくてもよいみたいな発想で成績が悪い人も多い。

第3章　意識高い系の道具 tool

ＳＮＳ

ツイッターをメインで使う人は少なく、リンクのシェアだけや、他人や他の意識高いアカウントを見るだけの人が多い。つぶやくことは非常に少ない。

Facebook の投稿が特徴的。新しい友達と FB の共通の友人を数えたりしたり見たりするのは楽しい。Facebook の投稿は、熱いタイプの人は長々と熱意を書いてくる。あと、４日に一回ぐらい更新するタイプの人も。単純に忙しすぎて全然投稿しない人もいる。意識高い活動で社会人の友達が多くなると、下手に写真やイメージが悪いものを投稿できなくなってしまう。

LinkedIn という意識高い系の SNS もある。これは意識高い人同士、とくにネットビジネスやエンジニアにユーザーが多い。基本的にはビジネス用の SNS。あと、意識高い人専用の SNS、lemon なんてものもある。登録できるかどうか人工知能が審査するらしい。

アプリ

タスク管理アプリをよく使う。ネットサービスを活用することも多い。ブレスト用のネットサービスや調整さんといったものがある。

あと、アンドロイドじゃなくて iPhone であることを前提にしていることが多く、アプリも iPhone 基準だったりする。

パソコン・スマホ・タブレット

MacBook Air は基本。充電器の貸し借りもできるというメリットもある。カスタマイズの幅が Windows ほどではないので PC の貸し借りは比較的やりやすい。プログラミング（html も含む。厳密にはプログラミング言語ではないが、意識高い系がプログラミングやっていますというと html だけのことがおおい）をやっていても、基本的な PC リテラシーやネットリテラシーが不足している人も多い。ちなみに「プロ

グラミングをやっている」と言って html だとガチ勢に「は？」みたいな反応をされるらしい。

文房具

ブレストをするときに、大きなふせん、カラフルなペン、たくさんの同じペン（みんなの意見が同じようなインパクトをもって、中身だけで比較できるようにするため）など文房具を多く使う。

第4章　意識高い系の活動 activity

プライベート

意識高い系の男はちゃらいとかいうイメージがやや先行している。仕事がしたい、めちゃめちゃ働きたいという気持ちでいる男はだいたい忙しすぎて彼女がいない。一方女子は彼氏がいるか、「いまそんなものはいらない」という考えをもつかにわかれる。いるのが多いか。

バイト

東大だと家庭教師がやはり多い。バイトよりはインターン。ガッツがある連中だとベンチャー企業のインターンにいってさまざまな業務にかかわったり、スタートアップのやり口をまなんだりする。

サークル

兼サーが多い団体と、まったくない団体がある。前者が多い。意識高い団体に所属せずに、あるいは、普通のサークルに入りながら意識高い人々もいる。過激派であるか、実力がないかのどちらかである。実際にプランに移せる人間や、てごろなところからはじめようとする人は団体に入った方がいい。

飲み会

アイセックはコールが激しいことで有名。しかし、普通のミーティングに酔っぱらった状態で行くと非常に怒られる。意識高い飲み会というのも存在する。コールなしで飲みながらあつく自分の将来や夢について腹を割って話あうというものである。

インターン

いろいろある。本格的な成長をのぞむのならば、小さいベンチャーとかでただでこき使われるといい。待遇がいいところではバイトみたいな時給をくれるところもある。就職を狙うところにインターンに行って頑張り、就活の時期に相手企業から面接お誘いがきたら、もう就職は決まったも同然らしい。バイトと違って一般業務の一部を任されるので、ものによってはエントリーシートにかける。

大手ベンチャー、かつての若手ベンチャーは青山のかわいい文系の女子がプログラミング（笑）をする環境になっている。だいたいかわいい女子は面接に通る。（ちなみに、企業側のルールとしては就活生と個人的な関係をもつことはルール違反ですが、インターン生とは OK らしい。）サイバーエージェントなどは、就職すらも顔・コミュ力選考であることで有名。青山、慶應、ICU の文系女子があつまります。

留学

短期留学、語学留学をさすことが多い。ほんとに学部留学しようと思うとへたな活動に時間はさけなく

なってしまう。国際関係の意識高い人々だと北京大学や NUS に行く人が多い。

セミナー

すごい人のすごい学生時代のいけていた話を聞きたがる人が多い。そんな話を聞くぐらいなら実際に自分でやればいいと思う。セミナーは出会いの場でもある。おなじひとと何回もあったりすることもある。Biz では協賛金をえるために社員に直接アタックできる重要なチャンス。セミナーのあとに交流会。

ちなみにセミナーのお誘いの文句はだいたい「起業（スタートアップ）、コンサル、金融、IT に興味あるかた！」。シンクタンク、官僚は無視。時々商社がまざることも。

ビジコン

起業志向の強い人が集まる。ネットビジネス・ニッチビジネスがメインで、物理的なプロダクトはともなわないものや、アイデア商品みたいなものが多い。優勝するとお金などがもらえるが、実際にビジネスになるかどうかはまた別の話。学生考えだから本職にぼこぼこにされることも。団体の内部だけの場合も、外部でやる場合もある。外部のオープンな大会でも、知名度が低くて毎年似たようなチームばっかりだったり、主催団体のチームが優勝したりする。プロダクトがあるチームが、プレゼンだけのチームに負けることもしばしば。

＜参考資料②＞意識高い系用語案

1. ビジネスで使う意識高い系用語

アウトソーシング＝外注

アサイン=割り振り

ASAP【アズスーンアズポッシブル】＝なるはや

アジェンダ＝議題

アドバンテージ＝優位性

アントレプレナー＝企業家、起業家

イシュー＝論争点

イニシアチブ＝主導権

イノベーション

インサイト

インセンティブ＝人の意欲を引き出すために、外部から与える刺激

インフルエンサー＝影響を与える人

バリュー

エグゼクティブ＝重役

エビデンス

エモーショナル

オーソライズ＝公認

落とし込む

オンスケ

可視化

ガバナンス

キックオフ

キュレーション＝Ｎｅｖｅｒまとめ

クライアント

クラウドファンディング（クラウド）

クリティカルマス

クロージング＝最終契約を締結し、代金決済が終了すること

グロス

コストパフォーマンス

コミット

コワーキングスペース

コンセンサス

コンプライアンス

サジェスチョン

シナジー

シュリンク

スキーム

スタートアップ
ゼロベース
タイムライン
ディシジョンメイキング
ディスクリプション＝取扱説明書
デッド
ニーズ
バッファ＝余裕
ビジョン
PDCA サイクル【ピーディーシーエーサイクル】
ファシリテーション
フィックス
フィードバック
プライオリティ
ブラッシュアップ
プラットフォーム（戦略）
フルコミット
ブレインストーミング
フロー
ペイ
ベストプラクティス
ベネフィット
ペンディング
マーケティング
マネタイズ
マター
マンパワー
MTG【ミーティング】
マイルストーン
ミッション
メソッド
ユーザー
リスクヘッジ
リスケ
リソース
レギュレーション
レジュメ
ローンチ ＝プロジェクトを打ち上げる

2. プライベートで使う意識高い系用語
アイスブレイク
アウトプット
アグリー
インスパイア
ウィンウィン
オポチュニティ
カテゴライズ
キャパシティ
キャリア
グローバル
自己投資
ジャストアイディア
ジョイン
スキル
スペック
セルフブランディング
センセーショナル
ソリューション
タイムマネジメント
タイト
ダイバーシティ
タスク
タスクマネジメント
テイクノート
トライアルアンドエラー
ドラスティック
ノマド（ワーキング）
マイノリティ
マインド
パートナーシップ
ビジネスモデル
プリンシプル
フレキシブル
モチベーション
ライフハック
リマインド
ロジカルシンキング
ルーチン

3. 意識高い系と関係の深い用語
IT【アイティー】
朝活
いいね
インスタグラム
インターンシップ
ウォルト・ディズニー
英語
英字新聞
エナジードリンク
外資
学生団体
起業
議論
クラウド
交流会
国際交流
コンサル
ザッカーバーグ
自分探しの旅
自己啓発
自己実現
自分磨き
シリコンバレー
人脈
シェア
就活
スターバックスコーヒー
スティーブジョブス
スローガン
SNS【ソーシャルネットワーキングサービス】
セミナー
デザイン
ドラッカー
呑み
ビジネスコンテスト
Facebook【フェイスブック】
勉強会

ベンチャー
ボランティア
Mac book Air【マックブックエアー】
名刺
やりがい
留学

★追加★
プロパガンダ
スキーム
マッチポンプ
ネイチャー思考
ＫＰＩ
コンバーション
リテール
マター
ネットワーキング＝人脈づくり
linkedin＝意識高い系 SNS
Lemon＝意識高い系 SNS
like＝bizjapan（国際交流系団体）では、「いいね」のことをちょくちょく like というらしい
ファシる＝ファシリテートすること
due＝締め切り
成長
セブ島
サイバーエージェント
チームビルディング